

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

ДУХОВИЧ
Екатерина Михайловна

**ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ
УСПЕШНОГО БРЕНДА
В БЕЛОРУССКОМ ФУТБОЛЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент А.И. Соловьев

Допущена к защите

«___» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации
кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 67, рисунков – 4, источников – 70.

БРЕНД, СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ, АТТРИБУТЫ БРЕНДА, КОММУНИКАЦИЯ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ, СПОНСОРСТВО, РАБОТА СО СМИ, ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ «БАТЭ».

Объект исследования – процесс создания и продвижения успешного бренда в белорусском футболе.

Предмет исследования – коммуникативные технологии формирования и продвижения бренда в футболе.

Цель дипломной работы – проанализировать теоретические основы и практические аспекты процесса формирования и продвижения бренда в футболе.

Методы исследования: комплексно использованные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, а также специальные методы – аналогия, классификация, дедукция, системный подход и анализ документов.

Полученные результаты и их новизна: в работе рассмотрены основные аспекты в создании успешного бренда футбольного клуба, изучена специфика спортивного брендинга, выделены основные технологии, которые применяются в продвижении бренда футбольного клуба, проанализированы основные направления работы по продвижению бренда футбольного клуба и на примере футбольного клуба «БАТЭ» были выделены те направления работы в его продвижении, которые помогают клубу быть самым успешным белорусским футбольным брендом.

Область возможного практического применения: разработанный в дипломной работе комплексный подход в создании и продвижении успешного бренда может быть применим по отношению к другим футбольным клубам.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Духович Е. М.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 67, малюнкаў – 4, крыніц – 70.

БРЭНД, СПАРТЫЎНЫ МАРКЕТЫНГ, АТРЫБУТЫ БРЭНДА, КАМУНІКАЦЫЯ З ЗАЎЗЯТАРАМІ, СПОНСАРСТВА, РАБОТА СА СМІ, ФУТБОЛЬНЫ КЛУБ «БАТЭ».

Аб’ект даследвання – працэс стварэння і пасоўвання паспяховага брэнда ў беларускім футболе.

Прадмет даследвання – камунікатыўныя тэхналогіі фарміравання і пасоўвання брэнда ў футболе.

Мэта дыпломнай працы – прааналізаваць тэарэтычныя асновы і практычныя аспекты фарміравання і пасоўвання брэнда ў футболе.

Метады даследвання: комплексна выкарастання палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзенных, а таксама спецыяльныя метады – аналогія, класіфікацыя, дзедукцыя, сістэмны падыход і аналіз дакументаў.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у працы разгледзены асноўныя аспекты ў стварэнні паспяховага брэнда футбольнага клуба, вывучына спецыфіка спартыўнага брэндыва, прааналізаваны асноўныя напрамкі, вылучаны асноўныя тэхналогіі, якія выкарыстоўваюцца ў пасоўванні брэнда футбольнага клуба і на прыкладзе футбольнага клуба «БАТЭ» былі вылучаны тыя напрамкі работы ў яго пасоўванні, якія дапамагаюць клубу быць самым паспяховым футбольным брэндам у нашай краіне.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: распрацаваны ў працы комплексны падыход у стварэнні і пасоўванні паспяховага брэнда можа быць выкарыстаны ў дачыненні да іншых футбольных клубаў.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследавання, а таксама аб’ектыўнасць спасылак на крыніцы, што былі выкарыстаны ў працы.

Духовіч К. М.

THE ABSTRACT

Diploma work: pages – 67, images – 4, sources of information – 70.

BRAND, SPORTS MARKETING, BRAND ATTRIBUTES, COMMUNICATION WITH THE FANS, SPONSORSHIP, COMMUNICATION WITH MEDIA, FC «BATE».

Object of research – the process of creating and promoting a successful brand in the Belarusian football.

Subject of research - communication technologies formation and promotion of the brand in football.

The aim of the work – to analyze the theoretical foundations and practical aspects of the process of formation and promotion of the brand in football.

Methods of investigation complex use of the provisions and principles of the methods of scientific generalization and analysis of scientific data, as well as special methods – analogy, classification, deduction, systematic approach and analysis of documents.

The obtained results and its novelty: in this work you can find the main aspects in the creation of a successful brand of the football club, studied the specificity of sports branding, highlighted the core technologies that are used in the promotion of the brand of the football club, analyzed the main areas of work to promote the brand of the football club and the example of FC «BATE» were highlighted those areas his work in progress, which help the club to be the most successful Belarusian football brand.

The area of possible practical applications: research paper developed a comprehensive approach to creating and promoting a successful brand can be applied in relation to other football clubs.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.